

**Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Кафедра маркетингу та УІД
Сумський регіональний центр
інтелектуального розвитку
Українська асоціація маркетингу
Всеукраїнська спілка вчених-економістів**

**Збірник тез доповідей
ІХ Міжнародної
науково-практичної конференції**

**«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ
І ІННОВАЦІЙ У МАРКЕТИНГУ»**

24-25 вересня 2015 року

Суми 2015

- вираження подяк школам за випускників ВНЗ;
- використання ідентифікаційних комплектів;
- видання власних газет та журналів;
- друк сувенірної продукції;
- брендування службових автомобілів та ін..
- друк річної поліграфії.

На сьогодні особливої уваги заслуговують інструментів інтернет-маркетингу, такі як:

- використання власного інтернет-сайту ВНЗ (Веб-сайту);
- робота в соціальних мережах, таких як: «Вікіпедія» «Однокласники», «Twitter», «ВКонтакте», «Facebook», створення власного каналу на youtube;
- проведення он-лайн конкурсів;
- використання директ-маркетингу;
- використання пошукового маркетингу;
- використання контент-маркетингу.

Системне використання інструментів маркетингу, адекватний аналіз певних змін на ринку освіти та потенційних споживачів освітніх послуг дозволить визначати і пропонувати основні напрями ефективної профорієнтаційної роботи ВНЗ, а також вносити пропозиції щодо коригування рекламної політики університету.

1. Омельченко Г. Профорієнтація і професійний профіль // журнал «Директор школи, ліцею, гімназії». – 2008. – № 2.

2. Управління трудовим потенціалом. Васильченко В. С., Гриненко А. М., Грішнова О. А., Керб Л. П. – Навч. посіб. К.: – КНЕУ, 2005. – 403 с.

Ромахова О.А., Анани Атеф
Восточноукраинский национальный университет имени В. Даля
(г. Северодонецк)

ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ, ВЫЗЫВАЮЩИХ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ПОВЕДЕНИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Характерными особенностями современного мира являются стремительные изменения во всех сферах жизнедеятельности человека, обусловленные внешними изменениями: глобализационными, геополитическими, финансово-экономическими, техническими и даже генетическими.

В научных исследованиях освещен достаточно широкий круг вопросов по этой проблематике. Так, основные концептуальные вопросы управления изменениями раскрыты в научных трудах отечественных и зарубежных исследователей, в частности: К. Паттерсона [1], Д. Коттера [2], К. Левина [3], В. Башкатова [4], С. Ашмариной [5] и других.

Работы этих исследователей раскрывают разные аспекты управления изменениями предприятий (организаций) в современных условиях. Научные работы, которые бы системно раскрывали особенности влияния стратегических изменений на поведение организации практически отсутствуют. Этим обусловлена актуальность нашего исследования.

В данном исследовании под поведением организации авторы понимают комплекс индивидуальных или коллективных объективно осознаваемых социальных поступков, активизируемых внешней и внутренней средой организации, которые совершает персонал в процессе трудовой деятельности для достижения личных, групповых и организационных целей.

Далее нам необходимо было выяснить какие факторы вызывают стратегические изменения в поведении организации. К стратегическим внешним факторам можно отнести постоянно появляющиеся технические и технологические новшества, законодательные акты, изменения, проводимые государством на макроэкономическом уровне, изменения демографической структуры и т.п.

В таблице 1 представлена классификация стратегических факторов, влияющих на организационные изменения

Таблица 1 – Внешние факторы, влияющие на стратегические изменения

<i>Технологические факторы</i>	<i>Экономические факторы</i>
Новые информационные технологии Новые технологии производства и обработки Интегрированные системы управления ресурсами (например, SAP, PeopleSoft и т.п.) Новые знания (деятельность организаций, основывающих свою деятельность на принципах экономики знаний и креативной экономики)	Глобализация экономики и усиление конкуренции Изменения структуры отраслей Переход экономики от постиндустриального этапа к экономике знаний и креативной экономики Уровень инфляции в стране Уровень занятости и изменения в профессиональной структуре Региональная дифференциация

Продовження таблиці 1

<i>Политические факторы</i>	<i>Социальные факторы</i>
Дерегулирование рынков Изменения дерегулирующих структур Административные барьеры Система защиты собственности (в том числе, интеллектуальной)	Демографическая ситуация Доступ и разнообразие рабочей силы Повышение уровня образования Изменения в системе ценностей и общественных иерархий Рост независимости и свободы выбора в обществе

Также можно выделить ряд внутренних факторов организации, влияющих на возможности ее развития и существенного изменения. Данную группу факторов представляем в таблице 2.

Таблица 2 – Внутренние факторы, влияющие на стратегические изменения

<i>Организационно-административные</i>	<i>Технологические</i>
Смена руководства Внедрение более эффективного менеджмента Изменения в административных и организационных механизмах управления Изменение методов управления конфликтами	Переход на новое оборудование Переход на новые информационные технологии Обновление баз данных Стремление к информационному прогрессу
<i>Экономические</i>	<i>Социальные</i>
Нацеленность на изменения в объемах продаж Увеличение уровней рентабельности Переход на новые виды сырья и ресурсов Изменения в темпах роста предприятия	Переход к новым социальным программам Изменения социально-психологического климата в организации Использование новых направлений организационной культуры Подготовка персонала к проведению изменений, направленной на повышение его уровня компетенций

Вышеперечисленные факторы оказывают влияние на сотрудников и поведение организации в целом. В дальнейших исследованиях нам необходимо выяснить последствия влияния данных факторов.

1. Коттер Д. П. Впереди перемен / Д. П. Коттер. – М.: Олимп-Бизнес, 2007. – 237с.
2. Левин К. Разрешение социальных конфликтов / К. Левин // Пер. с англ. ... Авидон И. Ю. СПб.: Речь, 2000. – 407 с.

3. Башкатов В. М. Механізми державного управління демократичними змінами в Україні [Текст]: автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 / Башкатов Владислав Михайлович ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України; Одес. регіон. ін-т держ. упр. – Одеса: [б. в.], 2012. – 20 с.

4. Ашмарина С.А. Управление изменениями: учебное пособие / С.А.Ашмарина, Б. Н. Герасимов. – М.: РидГрупп, 2011. – 208 с.

6. Шермет М.А. Управление изменениями / М.А.Шермет. – М.: «Дело» АНХ, 2010. - 128 с.

Рот-Сєров Є.В.
Сумський державний університет

ЗНАННЯ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ОСНОВА РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах глобального економічного розвитку надзвичайно актуальним є питання використання інтелектуального капіталу як одного із основних засобів реалізації інноваційного потенціалу підприємств. Знання є ключовим елементом, що входить до складу інтелектуального капіталу. З огляду на те, що значну роль в економіці України займає виробничий сектор, основу якого складають промислові підприємства машинобудівного комплексу, особливо актуальним є питання використання знань та інтелектуального капіталу з метою підвищення ефективності їх діяльності за рахунок реалізації інноваційного потенціалу.

Статистичні дані, що публікуються щорічно у доповідях Світового банку та інших провідних організацій вказують на те, що роль інтелектуального капіталу стає все більш значущою, про що свідчать економічні показники розвитку провідних країн світу. Стає очевидним, що підприємствам необхідно вдосконалювати якість ведення виробничої діяльності та управлінські підходи за рахунок використання знань та інноваційних підходів, які б давали змогу реалізувати потенціал підприємства та здобувати конкурентні переваги на ринку.

Існують різні погляди вчених щодо визначення поняття інтелектуального капіталу. Так, наприклад, Е.Брукінг визначає інтелектуальний капітал, як нематеріальний актив, до складу якого входять знання, творчі здібності людей, їх професійні навички (людські активи), інтелектуальна власність, інфраструктурні активи та інше. В.Л. Іноземцев під інтелектуальним капіталом розуміє сукупність інформації, знань, які відіграють роль «колективного мозку», що накопичує інформацію, що пов'язана із повсякденними знаннями та навичками